
腾讯广告

微信广告

视频号商业化产品能力介绍

招商 推广 变现

2021年2月 更新

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

目录

01 视频号招商项目-maxren

视频号UGC活动、视频号新品发布直播

02 推广我的视频号-sofiahuang

合约、竞价推广视频号

03 视频号内容合作变现-huphenye

视频号内容互选广告

腾讯广告 微信广告

01 视频号招商项目

1. 视频号招商产品能力

目前微信广告侧与视频号相关的招商项目有以下两个：

视频号活动招商方案

CNY限定招商玩法
待确定常规开放节奏

视频号直播招商方案

视频号直播定制玩法
目前开放合作

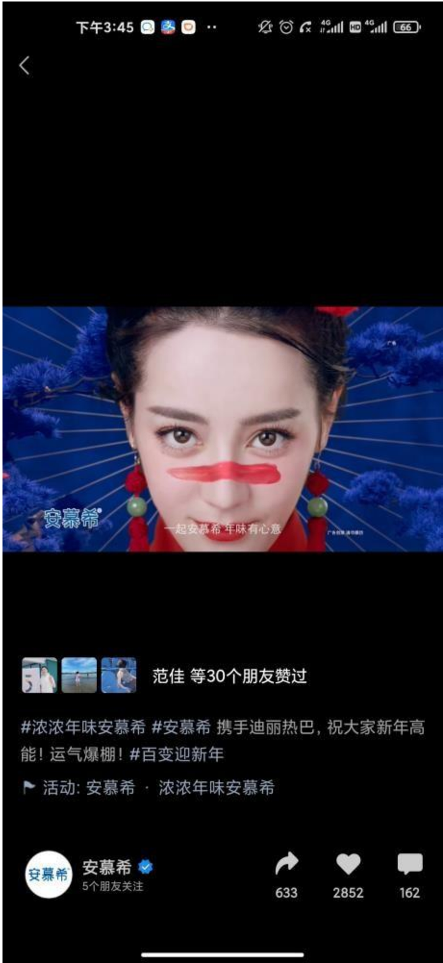
1.1 视频号活动推广全案



（视频轮播卡片广告样式）



（视频号活动页定制）



（KOL内容定制合作）

视频号活动推广全案分为三部分：

- ✓ **视频号活动定制**
- ✓ **朋友圈广告合作专属推广样式**
- ✓ **KOL内容定制合作**

1.1 视频号活动推广全案——朋友圈限定推广样式



视频号活动推广专属样式——外层视频轮播卡片

✓ **头像昵称：**展示为广告主的视频号的头像昵称，点击头像昵称跳转去广告主的视频号主页；

✓

✓ **外层卡片：**最多可以设置5条内容，内容展示优先级为：置顶视频>好友发表且点赞的视频>热门视频，点击外层卡片均跳转视频号活动详情页

1）优先展示置顶视频，置顶视频由广告主自定义在广告后台上传，可以在朋友圈广告外层展示视频内容，视频长度限制为3-6秒，最少需要设置1个，最多可以设置3个

2）其次展示你的微信好友发表并点赞的视频，在广告外层将自动拉取并展现该视频号内容的封面图

3）再次展现点赞数最高的热门UGC视频号内容，在广告外层也将自动拉取并展现视频号内容封面图

✓ **视频号卡片信息外显：**展示创作者头像昵称、点赞数

✓ **品牌尾巴：**展示视频号活动的名称

✓ **参与用户信息外显：**展示参与视频号活动的用户头像，由广告主在广告后台自定义配置（建议为合作明星或KOL的头像），最多配置两个

1.1 视频号活动推广全案——视频号活动详情页



视频号活动详情页

- ✓ **视频号活动页定制：**支持广告主自定义活动名称、活动描述、活动页背景图、活动页跳转链接
- ✓ **活动页跳转链接：**目前只支持跳转小程序
- ✓ **活动内容排序逻辑：**

  1）最热：为默认tab，优先置顶展示品牌置顶视频（最多设置3个），其他内容按照点赞数排序展示；

  2）最新：按照发表时间倒序展示；
- ✓ **活动内容：**展示视频内容封面、点赞数、视频号内容标题和详细文案；

*注：话题名称需要与品牌强相关，不可为“新年快乐”等通用词，可提案，最终由微信侧把控

1.1 视频号活动推广全案——KOL内容合作定制

视频号汇集了60个垂直领域的优秀创作者，品牌广告主可基于视频号活动的合作，定制KOL合作资源包

KOL合作，需要走微信平台，广告主可挑选合作KOL名单，由平台统一报价。不支持私下合作KOL，KOL合作不承诺曝光、不支持监测



摄影



时尚



美食



萌宠



科技

微信广告CNY招商方案，仅供浏览，请勿外传

1.2 视频号直播推广全案









（推广视频号直播专属样式）

（视频号直播间自定义背景图+喝彩图标）

（视频号直播转化组件）

视频号直播推广全案分为三部分：

- ✓ **朋友圈广告推广视频号直播样式**
- ✓ **视频号直播间定制能力：自定义背景图、喝彩图标**
- ✓ **支持视频号直播间挂转化组件，跳广告原生页**

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

1.2 视频号直播推广全案——朋友圈广告推广视频号直播样式





视频号直播推广专属样式

- ✓ **头像昵称：**展示为广告主视频号的头像昵称，点击跳转去广告主的视频号主页；
- ✓
- ✓ **外层素材卡片：**支持图片或视频素材，点击跳转去视频号直播间；
- ✓ **行动卡片：**文案固定为“ 观看直播 ”，点击跳转去视频号直播间；
- ✓ **直播状态角标：**根据视频号直播的开播状态动态展现在广告左上角；

1.2 视频号直播推广全案——朋友圈广告推广视频号直播预约样式







视频号直播预约推广专属样式

- ✓ **头像昵称：** 展示为广告主视频号的头像昵称，点击跳转去广告主的视频号主页；
- ✓
- ✓ **外层素材卡片：** 支持图片或视频素材，点击跳转去简版原生页，在简版原生页中可以预约视频号直播；
- ✓ **行动卡片：** 按钮文案为“预约直播”；点击按钮将打开半屏弹窗，在弹窗上可以完成预约直播；
- ✓ **直播提醒：** 会在视频号直播正式开播时，通过服务通知，由视频号直播作为主体来提醒用户观看，提醒时间不可由客户自定义设置；

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

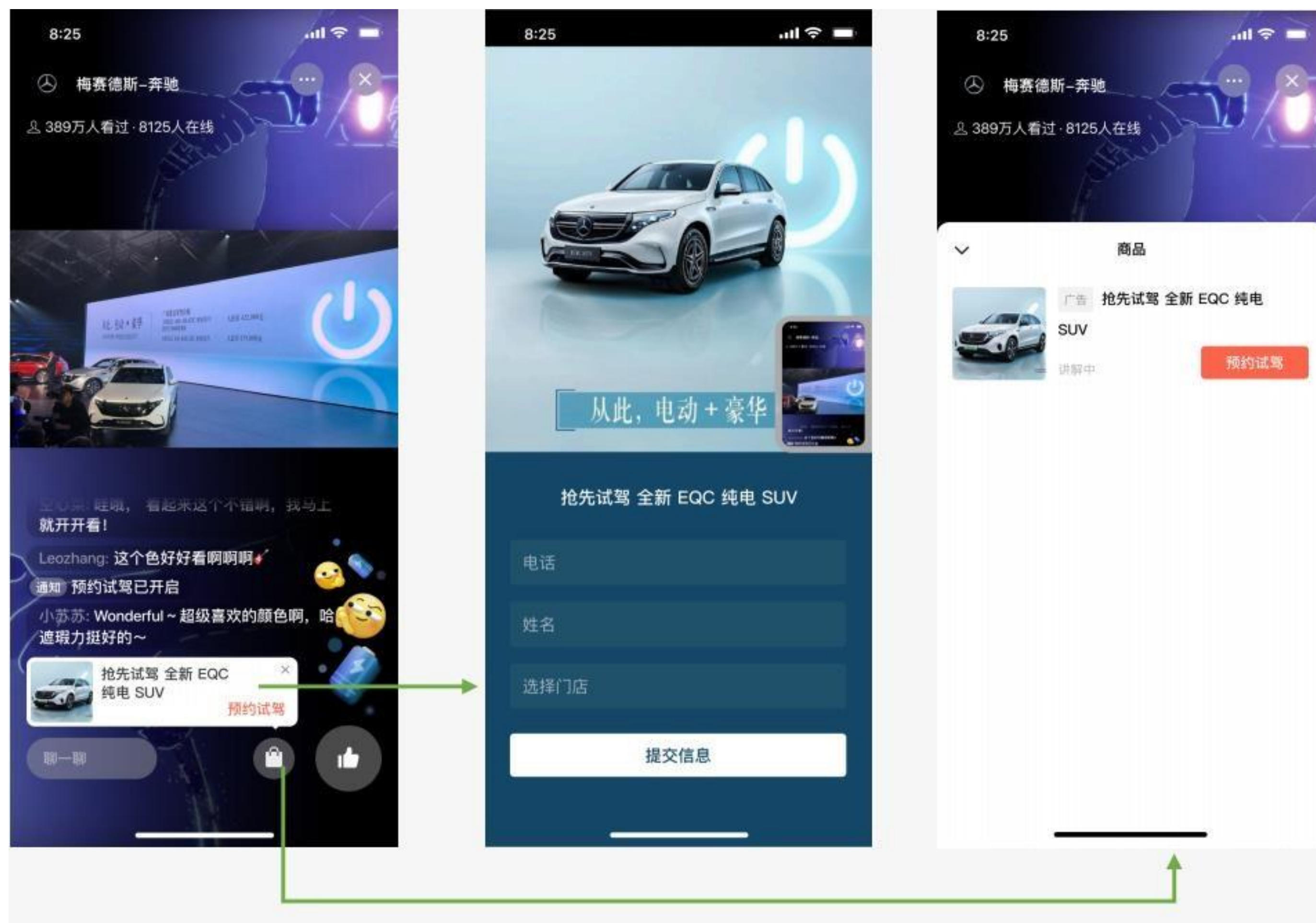
1.2 视频号直播推广全案——视频号直播间定制能力



视频号直播间定制能力

- ✓ **视频号直播间背景图定制：**广告主可以自定义视频号直播间的背景图，提升用户沉浸式观看体验，营造品牌质感；
- ✓ **喝彩图标定制：**广告主可以自定义视频号直播间的喝彩图标，提升品牌广告主的直播表现力和品牌氛围。其中喝彩图标8个元素为一组，循环播放，广告主可以定制其中1-4个喝彩图标，未定制的元素图标使用微信官方图标展示；

1.2 视频号直播推广全案——视频号直播间转化组件



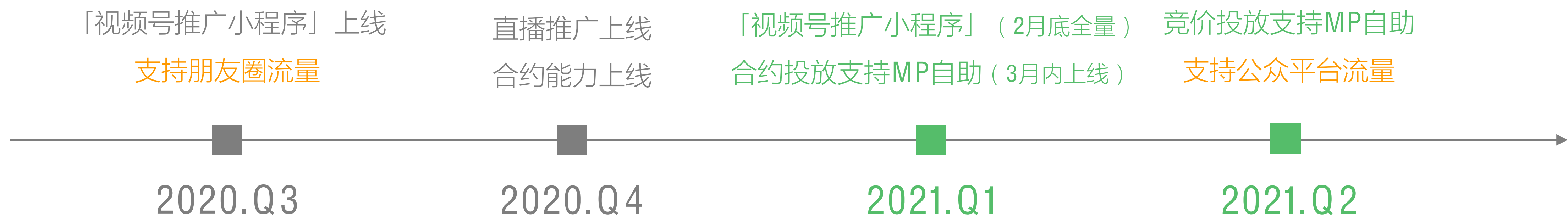
视频号直播间转化组件

- ✓ 购买类转化需求，可通过接入【小商店开放组件2.0】跳转至客户自有小程序
- ✓ 非购买类转化需求，如留咨、加企微支持广告主定制视频号直播间转化组件，提升直播广告后链路转化效果
- ✓ 广告主可创建原生落地页关联在直播间，开播后可对广告进行讲解，C端用户点击气泡可打开原生页完成转化

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

02 推广我的视频号

视频号推广能力介绍：核心能力上线节奏



「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，2月内全量
「MP投放端」可支持合约投放，当前需要运营配置，3月自助化

视频号推广能力介绍

当前可以通过以下2种方式，推广视频号动态＆直播：

推广小程序
「竞价」

「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，2月底全量

MP投放端
「合约」

MP投放端支持合约投放，目前需运营配置，**3月自助化**

视频号推广小程序「竞价」

1 样式介绍&投放流程概览

2 投放操作详细流程说明

3 附录 & 其他常见问题

1

样式介绍 & 总体流程概览

样式介绍——视频号动态推广样式



朋友圈外层曝光

点击素材
跳转详情页



视频播放页

点击头像/昵称
跳转主页

① 关注按钮一直展现（非广告推广场景仅播放完成才会展现关注按钮）



视频号主页

② 往下刷自动排除其他帐号内容，仅推荐本账号其他内容
（非广告场景往下刷会推荐相关的其他账号的视频内容）

样式介绍——视频号直播间推广样式



点击头像昵称跳转视频号主页

点击图片跳转直播间

点击按钮跳转直播间



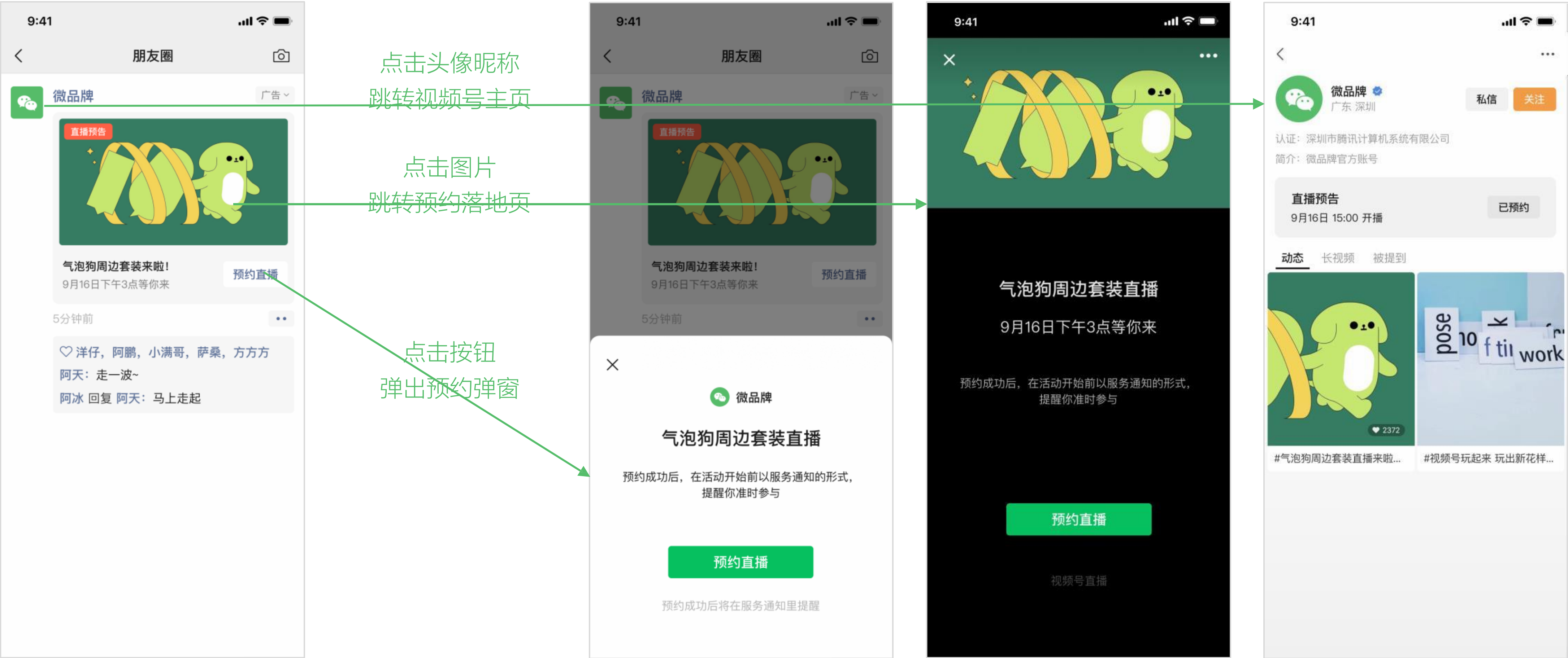


朋友圈外层曝光

直播间播放

视频号profile页

样式介绍——视频号直播预约推广形式



朋友圈外层曝光

外层预约弹窗

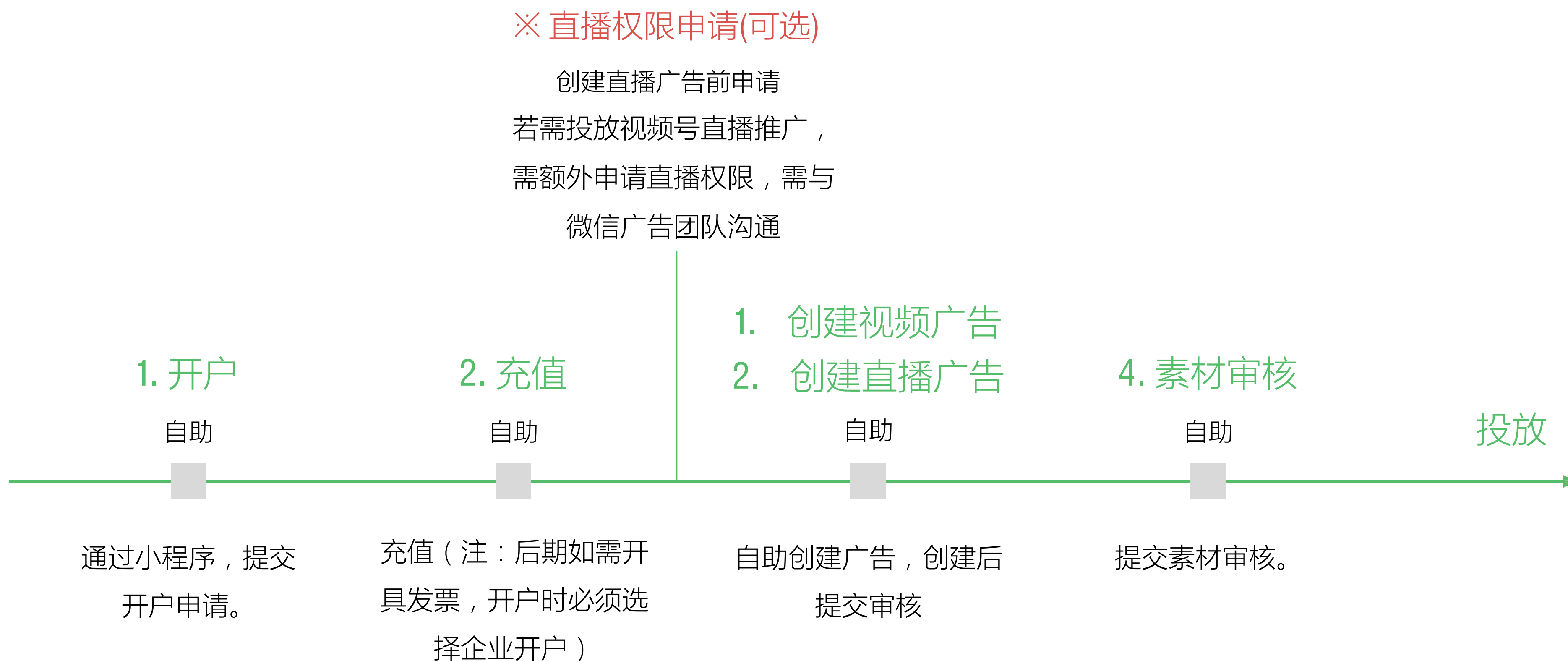
预约落地页

视频号profile页

总体流程概览



扫码进入【视频号推广】小程序



2

投放操作详细流程说明

开户 >> 充值 >> 创建广告 >> 审核 >> 投放

1. 开户流程



首次进入

类型选择

行业选择

1. 开户流程



开户材料提交（按照实际指引提交资料即可）

提交成功进入审核中

驳回时，可按要求进行修改

审核通过，进入主页

※ 部分行业需要额外补充资质，请按实际要求提交

2. 充值流程



主页点击余额



选择充值金额



如无合适套餐，也可以自定义金额

唤起微信支付

注意：

现阶段自助充值仅支持微信支付，若需对公转账，请与行业经理联系；若对公转账，则退款无法走自助退款，也需要走线下申请退款流程。

3. 创建广告



3.1 推广视频动态

3.2 推广直播&预约

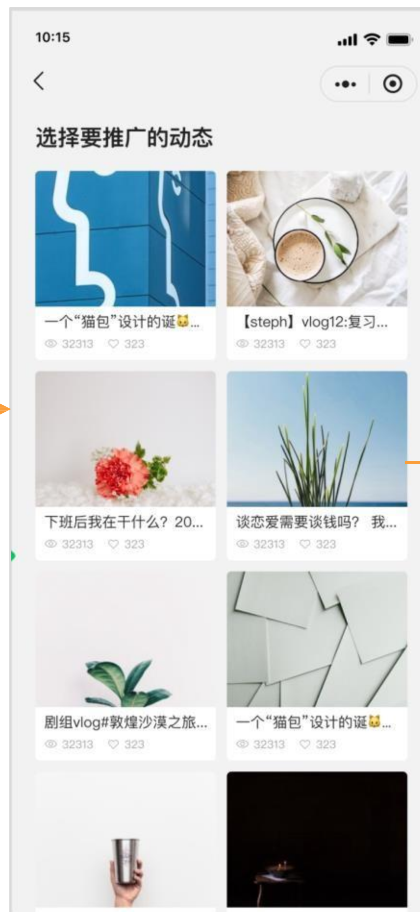
※ 推广直播需额外申请直播权限，需与微信广告团队沟通，否则该入口无法进入

3.1 创建视频动态广告

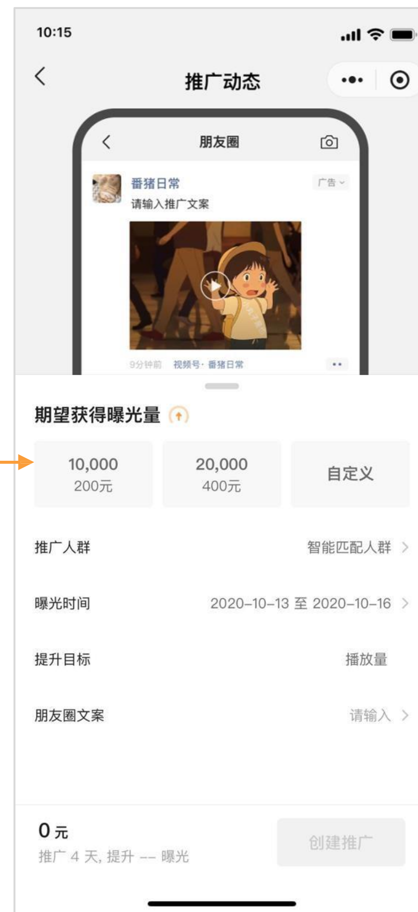
注：若仅投放视频号直播广告，可跳过这部分，直接进入3.2部分



点击【推广动态】



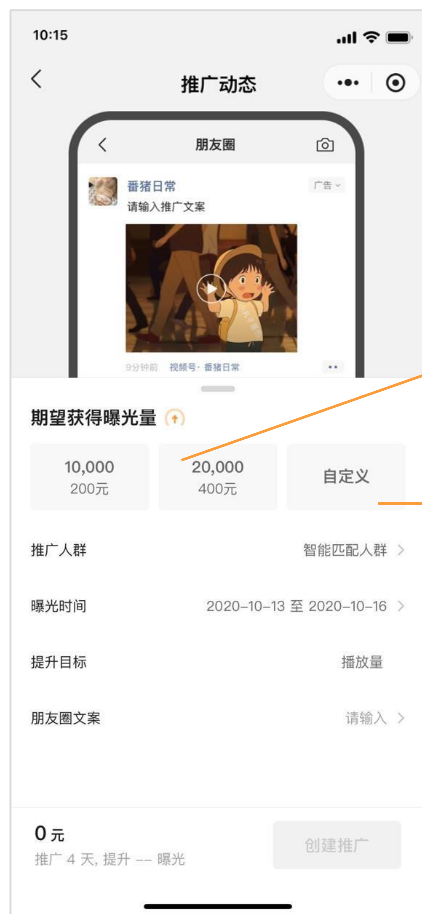
选择要推广的动态



进行基础设置

开始推广

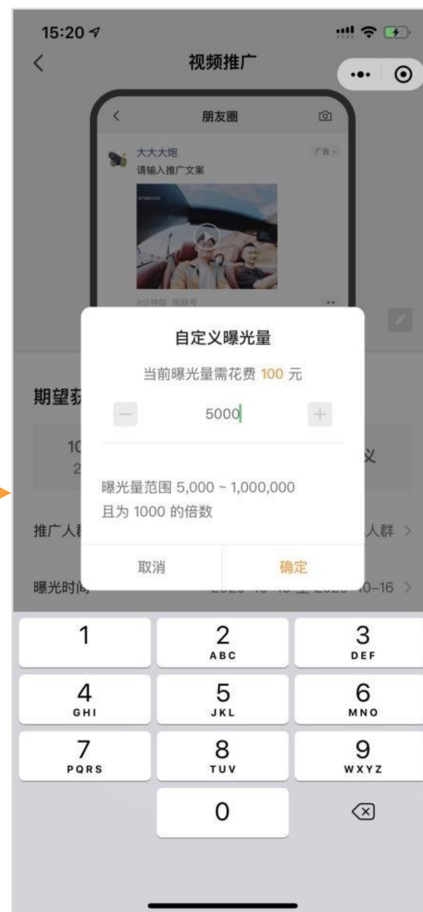
3.1 创建视频动态广告：广告设置简介 – 投放金额的设置方式



选择出价套餐

可以选择套餐出价

也可以选择自定义出价



自定义出价

注意：

1. 曝光量级为朋友圈广告的外层曝光量，非内层播放量；实际视频播放量可在投放的广告详情页面查看；
2. 创建页面显示的曝光量为期待值，仅提供参考，非最终会获得的实际曝光；
3. 投放中预算可追加或调整。

3.1 创建视频动态广告： 广告设置简介 – 定向的设置方式



选择定向模式

点击跳转



自定义定向人群选择

注：

1. 若兴趣相对垂直，或有明确的性别或地域要求，建议进行自定义定向人群选择，否则选择"智能匹配人群"即可
2. 目前暂时只支持年龄，性别，地域维度的定向



曝光时间选择

3.1 创建视频动态广告： 广告设置简介 – 封面图&文案的设置方式

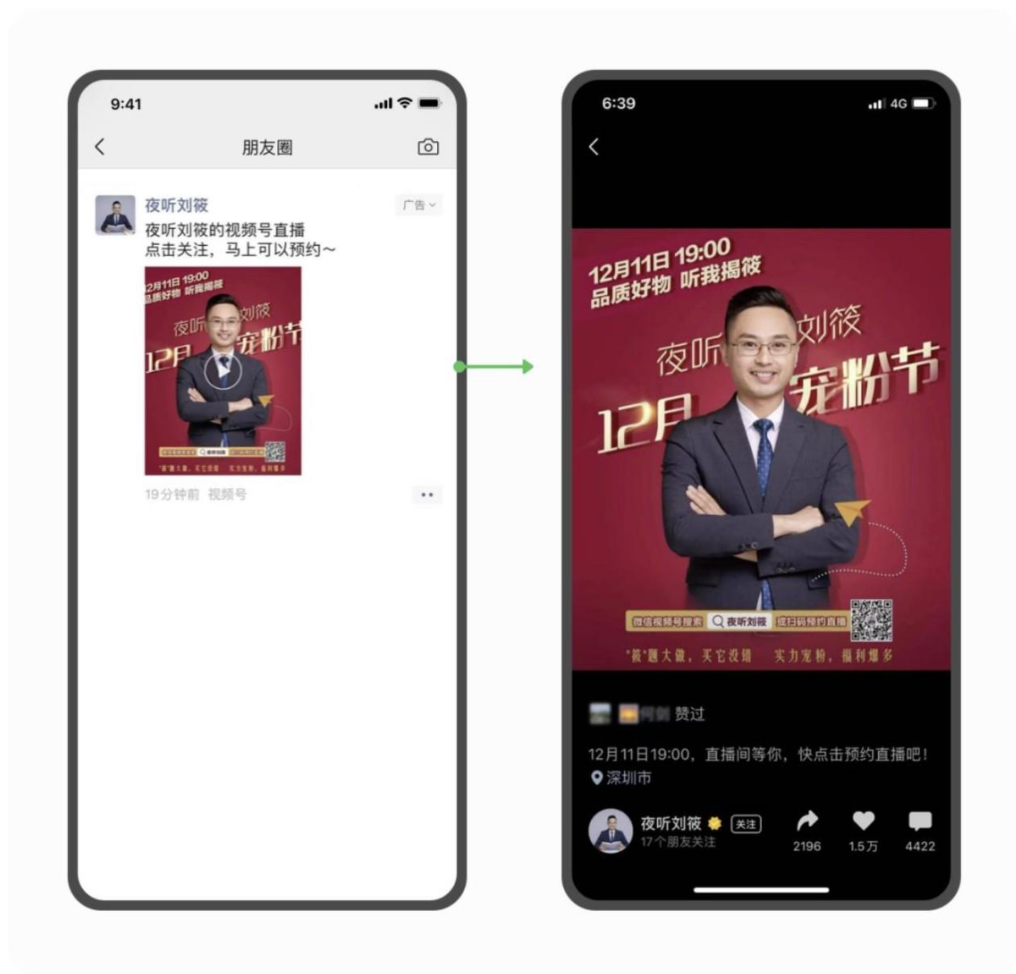


朋友圈外层曝光样式

朋友圈外层图片设置

（图片可上传后自助裁切，裁切后尺寸为：竖屏960*1280，横屏1280*960）

案例参考



头部公众号夜听刘筱在进军视频号之后，选择通过视频号推进行宣传推广，收获大批用户点击关注，预约直播。广告外层点击率高达4+%，远超行业平均水平。用户进入视频号成本低至0.2元，还额外产生了多视频观看、主页浏览和关注。

3.1 创建视频动态广告：视频推广优化Tips

投放过程中可能出现的问题及解决策略

曝光量级很小：

•检查定向是否选择过窄，例如只选了很窄的年龄段或只选了个别几个城市；

•检查外层封面图及文案是否吸引力很一般，需要重点优化（主要看点击率是否过低）；

•检查投放时间是否分散在太多天，建议集中在几天内投放完成。

投放成本较高：

- 尽可能选择前端数据表现好的视频进行投放，例如如果为了拉粉，则选择转粉率高的素材进行投放；不同视频素材的关注转化率差异非常大。
- 目前转化链路为从朋友圈跳转至视频号播放页面，跳转链路较长，建议尽可能设置合理引导，如外层封面图或文案引导鼓励用户关注，视频内容引导用户关注等；

•尽可能积累到一定的转化量级，引擎系统找用户会越找越准，建议预算适当集中，保障每日预算不低于200元，避免散落成过多广告。

3.2 创建直播广告（注：直播目前需额外申请白名单，具体请与步骤1申请白名单的对接人沟通申请）



点击【推广直播】

①当前正在直播
直播推广

②已发起直播预约
预约推广

3.2 创建直播广告：设置预算



直播设置界面



预约设置界面



自定义推广预算

注意：

1. 此处观众数仅为参考值，不作为最终实际进入关注数的评判，与推广预算、行业、人群等均有关系；
2. 若推广预算较大时，可能会出现预算金额无法花完的情况；
3. 推广结束会有少量回流曝光扣费，属于正常情况。

3.2 创建直播广告：设置直播推广结束时间



直播设置界面



预约设置界面



选择时间

推广当前直播注意：

1. 建议在投放结束时间设置在实际计划结束直播的时间稍前，可以较大限度地减少直播结束后的回流曝光量级；
2. 若在设定的直播推广结束时间之前提前结束了直播间的直播，广告也会自动结束；

推广直播预约注意：

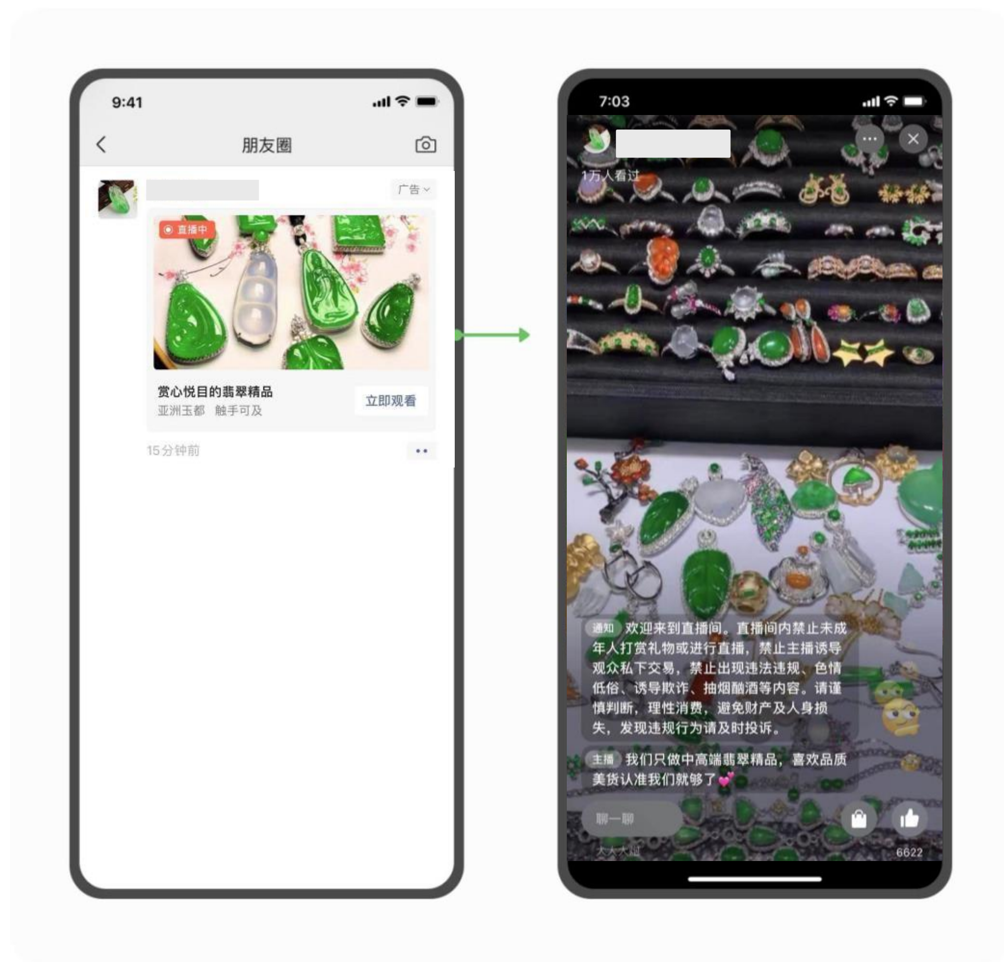
1. 投放预约推广时，若当前直播已经开始，则预约直播的广告会自动下线；
2. 预约广告不会自动切换为推广当前 直播广告，需要重新创建广告。

3.2 创建直播广告：设置推广标题、描述及外层图片



（图片可上传后自助裁切，裁切后尺寸为800*450）

视频号推广案例（竞价部分）——推广直播



某电商客户开通视频号后，通过朋友圈广告助推视频号社交曝光，强化品牌认知。持续多天的广告投放，累计带来数十万观看量，直播间引流成本1元，社交关系裂变引发万级免费播放量、万级点赞评论及分享，实现了目标人群圈层的精准扩散。

3.2 创建直播广告：推广优化Tips

直播广告注意事项【重要】：

1. 由于直播间开播后才能创建广告后，建议提前准备好投放外层素材图片及文案，并第一时间与我们沟通预审核。预审核确认后，我们先配置优先审核策略支持，提高审核效率；若未进行预审核沟通，请提交广告审核后第一时间与我们沟通，以提高审核效率；
2. 当前审核通过后，仍有一段时间的广告准备时间，帐号实际花费时间会有一段时间的延迟（20分钟左右），后续会持续优化；若直播时间小于2个小时的直播间，建议优先采用推广直播间预约的方式进行投放；
3. 预约直播广告不与推广当前直播广告打通，因此预约广告会在直播间开始之后自动下线；
4. 直播广告会在直播下线时自动下线，且暂不支持广告重启。因此若直播中断后重新开播，如需推广，需重新创建广告；投放问题

5.直播结束后，仍有少量曝光扣费，属于正常情况；

一些直播广告投放的优化策略：

1. 在预算能接近花完的情况下，若提高预算，能带来更大的曝光量级，但成本也会稍微提高；
2. 在条件允许的情况下，尽可能将直播时间（投放时间）拉长，可以获得相对更好的投放效果；
3. 可先用预约投放测试素材方向，挑选较优的广告素材进行直播投放，以尽可能最大化效果；

4. 素材审核

整体审核要求可参考微信广告素材审核要求：

1. 详细审核规范可参考https://ad.weixin.qq.com/guide/term/627
2. 具体驳回原因可点开广告，在详情中查看；
3. 具体审核沟通时，可在详情页找到推广id，以具体推广id联系行业经理沟通；

审核常见问题整理（持续更新ing）

1. 外层图片模糊建议修改
   - 可能是视频本身的封面图截取的封面画面偏模糊，可参考外层图片设置步骤修改视频封面图；
2. 推广内容与行业不符合
   - 可能是帐号开户行业匹配度的问题，建议及时与行业经理联系定位问题；

3

附录 & 其他常见问题

常见问题&注意事项

帐号问题：

•目前仅支持视频号对应微信号进行投放，暂不支持其他管理员投放或服务商投放；暂无PC投放端；

•每个视频号对应一个广告投放帐号，广告投放帐号可以以企业名义或个人名义申请；

•投放过程暂不支持修改视频号名称及头像，若需修改需提前人工告知，否则可能出现异常；

财务问题

•若需开票，需按企业名义开户，主体需与视频号的广告主帐号主体（即提供的营业执照）一致。

•开票、退款流程参考附录；

投放问题

•投放过程中，不能设置视频为仅自己可见，也不能设置视频号为私密账号，否则落地页无法正常读取展示；

•暂不支持授权其他微信号登录投放后台；

•暂停广告可能因回流问题产生后续曝光，造成继续扣费，因此建议合理设置金额；

附录：

如何开局发票：

- 仅支持企业开户的主体开专票，个人开户暂不支持开专票；
- 开票后，若已开具发票的部分金额需要退款，则需要退票后才可支持退款；
- 开票需提供以下信息，与行业运营经理联系申请开票（预期7个工作日）：
  - 帐号信息：充值帐号id（线下打款充值的需额外提供打款回执）
  - 发票字段：发票类型，纳税识别号，企业地址，企业电话，开户银行，开户银行账号：；
  - 邮寄信息：邮寄地址，收件人，收件联系方式；

广告协议

腾讯广告 - 广告主合作协议 https://mp.weixin.qq.com/promotion/readtemplate?t=apply/agreement

附录：

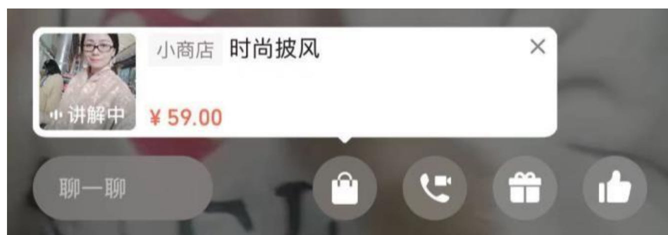
如何退款：

- 若投放结束仍有余额，且后续不再需要投放，充值金额可进行同主体划账，也可支持退款；
- 特别注意：若已开发票，需要退票；
- 自助充值的退款可以在充值页面自助退款；
- 若充值出现过线下打款充值，或充值时间超过10个月，则需人工申请退款，退款需提供以下信息（预计30个工作日）：
    - 邮件正文信息：退款的id，视频号名称，退款的金额，退款理由
    - 邮件附件信息：营业执照扫描件；申请人身份证扫描件；充值凭证；退款银行账户证明；退款申请书；
    - 邮件发送至 wxad@tencent.com，抄送zefanzhuang@tencent.com
    - 退款银行账户证明、退款申请书的模板请联系行业经理沟通获取；

附录：

关于视频号直播的一些商业化建议：

- 视频号直播的主要商业化形式包含赠送礼物，购物车等；具体均可在开播页面设置开通；可重点关注购物车能力；



购物车 连麦 赠送礼物 点赞

- 购物车跳转至视频号对应的小商店，具体如何开通小商店以及小商店相关资料>>https://shop.weixin.qq.com/

关于视频号的一些规范要求：

- 视频号运营规范 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?lang=zh_CN&t=weixin_agreement&s=video
- 微信视频号直播行为规范 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_up_privacy
- 视频号直播功能禁止发布的营销信息列表 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_forbidden_list&lang=zh_CN
- 视频号直播功能使用条款 >> https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_privacy&lang=zh_CN

视频号推广要求简述

1、视频号推广相关要求：

①微信视频号运营规范：https://docs.qq.com/doc/DWkt6Y0pVdEVtU1la

②广告侧准入要求对齐朋友圈准入门槛

2、视频号直播相关要求：

①微信视频号直播行为规范：https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?t=finder_live_up_privacy

②小商店运营规范：

https://developers.weixin.qq.com/doc/ministore/minishopspecification/introduction.html

③补充：金融行业特殊要求

- 规范3.5.5，主播不得通过本功能发布以下违规信息或内容：投资、融资类的直播内容（如荐股、网贷、推销金融产品、证券或期货有偿咨询等）
- 规范解读：不支持推销金融产品，尤其是理财、网贷、证券股票等；可以出现非理财性质的保险如意外险、重疾险

视频号推广能力介绍

当前可以通过以下2种方式，推广视频号动态＆直播：

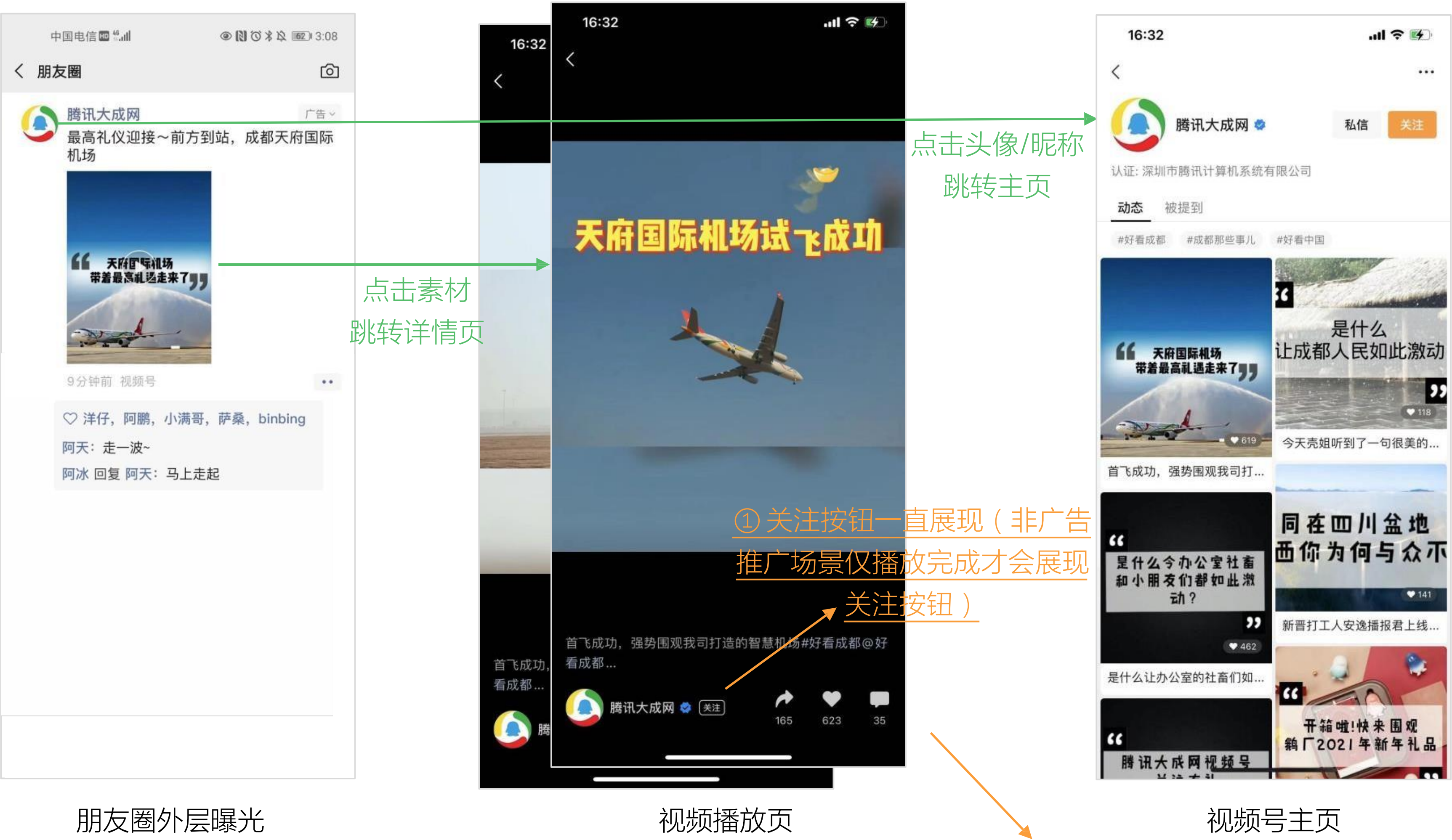
推广小程序
「竞价」

MP投放端
「合约」

「视频号推广小程序」仅支持竞价投放，类似「抖+」，2月底全量

MP投放端支持合约投放，目前需运营配置，**3月自助化**

产品体验流程——1. 推广视频号动态产品体验流程



朋友圈外层曝光

视频播放页

视频号主页

②往下刷自动排除其他帐号内容，仅推荐本账号其他内容（非广告场景往下刷会推荐相关的其他账号的视频内容）

产品体验流程——2. 推广视频号直播产品体验流程



朋友圈外层曝光

点击头像昵称跳转视频号主页

点击图片跳转直播间

点击按钮跳转直播间

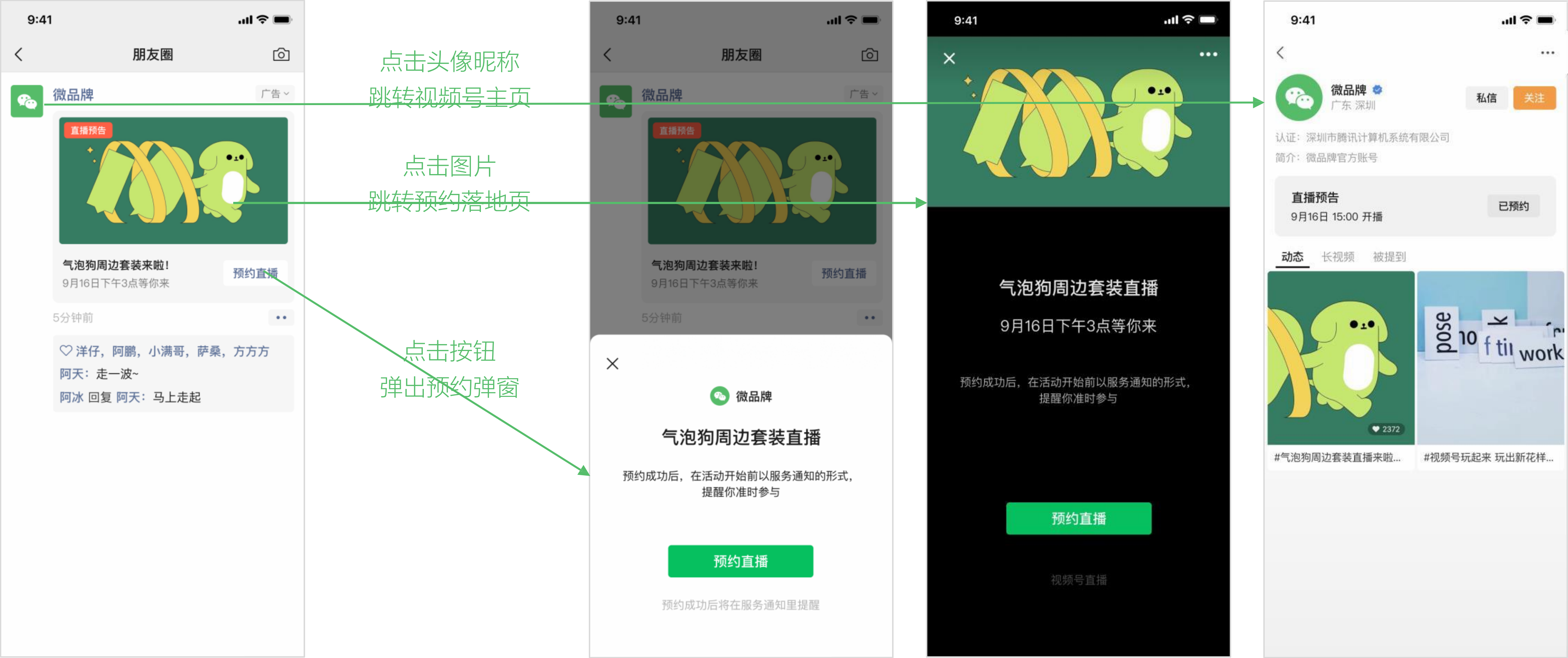


直播间播放



视频号profile页

产品体验流程——3. 推广视频号直播预约体验流程



投放方案概述

朋友圈广告推广视频号内容和视频号直播能力，目前有两套投放解决方案可选——MP合约投放解决方案、视频号推广小程序解决方案

MP合约投放解决方案

适用对象：品牌广告主

优势：保量曝光，更能满足品牌推广的曝光量级需求

投放端：MP投放端

账户要求：需要有公众号账号，并开通广告主权限

投放主体：可以为自己的视频号进行推广，也可以推广合作的视频号

投放门槛：合约单次投放金额100万起

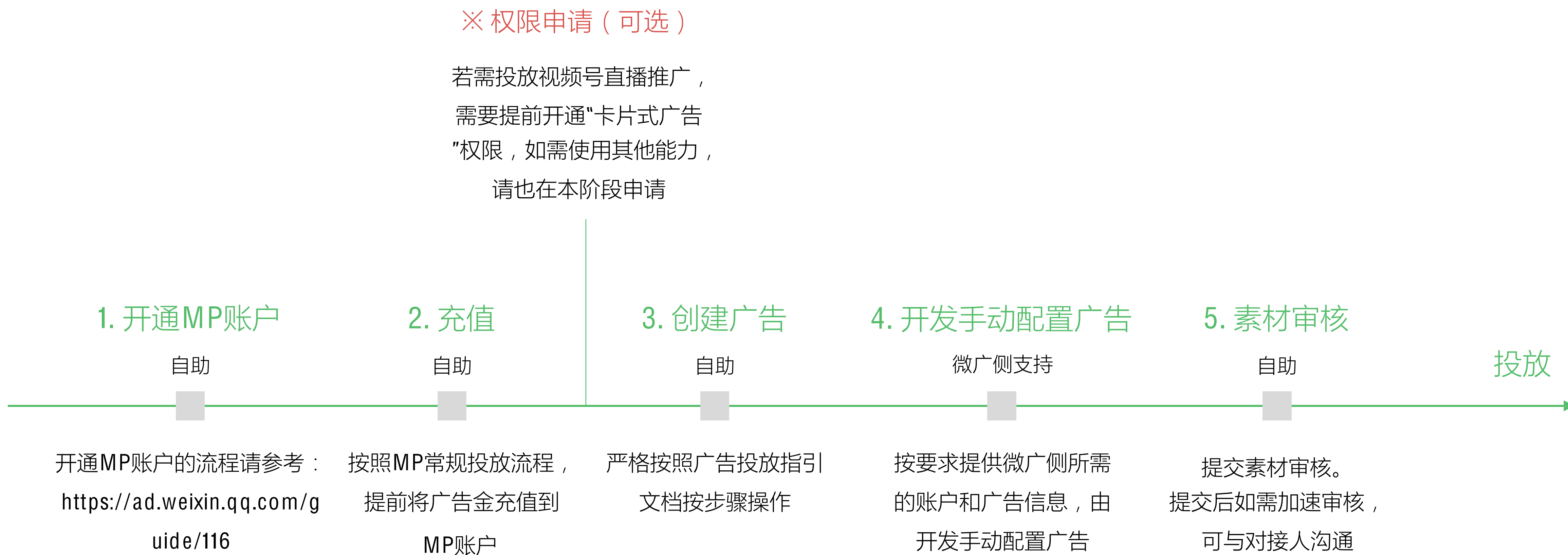
投放模式：目前仅支持合约投放模式

* 若没有开通广告主权限的公众账号，且无需短时间内大量曝光，可通过视频号推广小程序，进行投放，详细内容可参考文档：
https://ad.weixin.qq.com/pdf.html?post_id=U2FsdGVkX1+nKGIFawGhPn3W3LSj8937efAF+TrcDBE=

总体流程概览

本文档主要介绍在MP合约投放的流程和操作规范，主要分为两个部分：推广视频号视频、推广视频号直播

注：MP合约投放视频号推广，目前需要开发手工支持，因此需严格按照操作指引文档自助创建广告，并将必要信息同步给微广侧用于开发手动修改广告，并支持上线



1&2 开通MP账户及充值

1. 如何开通公众号：

可参考官方操作指引：https://kf.qq.com/product/weixinmp.html#hid=87

2. 如何开通微信广告广告主：

可参考官方操作指引：https://ad.weixin.qq.com/guide/116

3. 如何进行MP账户充值：

可参考官方操作指引：https://ad.weixin.qq.com/guide/114

3. 创建广告-推广视频号内容

请务必严格按照操作指引自助创建

1. 计划层级：

① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）

② 广告位：朋友圈

③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）

④ 素材格式：仅支持图片创建

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

① 投放时间：均支持，根据需要选择

② 优化方式：均支持，根据需要选择

③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化

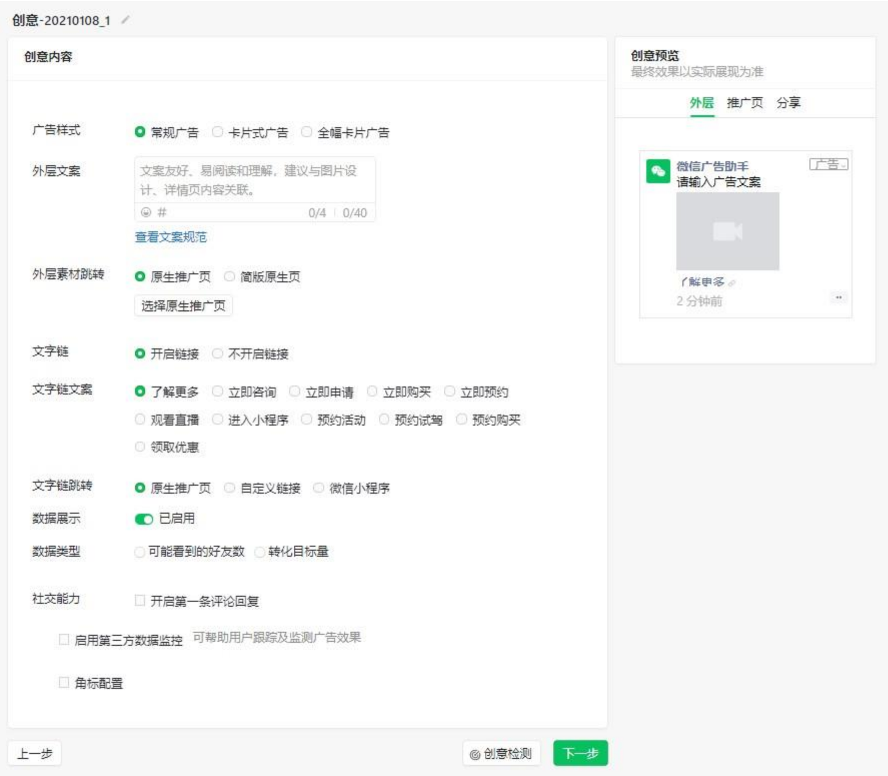
④ 定向人群：均支持，根据需要选择

⑤ 版本过滤：仅支持选择"视频号推广"的版本过滤条件

⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号内容

请务必严格按照操作指引自助创建



3. 创意层级：

① 广告样式：选常规广告（实际展示为视频号推广的特殊样式）

② 外层文案：根据需要选择（最多不超过40个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）

③ 外层素材跳转：简版原生页—默认模版（开发后续手动调整为对应视频落地页）

④ 外层图片：选择1张，随便上传一张图片即可（开发会默认使用该视频封面图，如果需要使用别的素材图片，则需要提供符合规格的图片，竖版视频提供960*1280的图片，横版视频提供1280*960的图片）

⑤ 文字链：不支持开启

⑥ 简版原生页分享设置：可随意填写，不会生效

⑦ 数据展示：不支持开启

⑧ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）

⑨ 社交能力：支持第一条评论

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播

请务必严格按照操作指引自助创建

1. 计划层级：

① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）

② 广告位：朋友圈

③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）

④ 素材格式：支持图片和视频两种外层素材格式

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

① 投放时间：均支持，根据需要选择——注意：直播广告开始时间不早于直播开始时间，直播广告结束时间不晚于直播结束时间

② 优化方式：均支持，根据需要选择

③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化

④ 定向人群：均支持，根据需要选择

⑤ 版本过滤：选择"常规多图支持跳小程序"的版本过滤条件

⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号直播

请务必严格按照操作指引自助创建

3. 创意层级：

① 广告样式：卡片式广告

② 外层素材：广告主需要直接上传最终版图片或视频，图片尺寸为800*450像素，视频为640*360像素

③ 外层文案：根据需要选择（标题不超过10个字，详情不超过30个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）

④ 外层素材跳转：广告主先选择跳转原生推广页（随便创建即可），开发后续会手动修改为视频号直播间

⑤ 文字链：选择不开启链接

⑥ 卡片组件：行动按钮

按钮文案："观看直播"（开发会手动改为"立即观看"，系统默认，不支持客户修改）；

按钮跳转：广告主先选择跳转原生推广页（任意一个原生页即可），开发后续会手动修改为视频号直播间；

⑦ 数据展示：不开启

⑧ 直播状态外显：无需客户配置，外层会自动生效（直播中展示"直播中"，直播结束则展示"直播结束"）

⑨ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）

⑩ 社交能力：支持第一条评论，评论仅自己可见

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建

广告

创建广告 批量创建广告

上线时间 2021-01-10 - 00:00

结束时间 2021-01-14 - 24:00

优化方式 择优投放 加速触达

优化目标 点击 表单预约 关注 下单 激活

批量设置定向人群

所选的不同城市，会拆分成不同广告，所选定向对所有城市生效；同一定向下多选后会取并集，不同定向间取交集

地域 默认定价相同的城市合并生成广告，如不同城市需自定义预算，请按城市继续拆分广告

搜索省，市，行政区，商圈或具体地点

批量添加地域

年龄 14岁 - 65岁以上

性别 全部 男 女

兴趣行为 根据用户兴趣或行为表现，将广告定位到这些用户。查看使用引导

选择用户的兴趣或行为进行投放

更多人群信息

自定义人群 使用后，将只向所选人群曝光。若同时添加了种子人群，则在此基础上优先曝光。

未启用

种子人群 使用后，系统将优先向种子人群曝光广告。

添加人群

微信版本 部分新功能仅在较高版本微信中实现。请选择要使用的新功能，以确保准确询量。

不使用新... 不使用新... 不使用推广页...

上一步 创建

1. 计划层级：

① 推广目标：品牌活动（开发后续将手动改成视频号推广）

② 广告位：朋友圈

③ 推广模式：合约广告（支持常规合约 / 限时推广 / 长效社交）

④ 素材格式：支持图片和视频两种外层素材格式；

2. 广告层级：（仅支持按照核心、重点、其他三档拆分三条广告进行锁量）

① 投放时间：均支持，根据需要选择——注意：直播预约的时间要晚于直播预约广告的结束时间

② 优化方式：均支持，根据需要选择

③ 优化目标：仅支持按照广告外层点击进行优化

④ 定向人群：均支持，根据需要选择

⑤ 版本过滤：仅支持选择"视频号直播广告"的版本过滤条件；

⑥ 锁量金额：根据需要选择（需要自行锁量）

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建

① 广告样式：卡片式广告

② 外层素材：默认拉取视频号直播的封面图，也可以自定义设置，图片尺寸为800*450，视频尺寸为640*360

③ 外层文案：根据需要选择（标题不超过10个字，详情不超过30个字，支持外层文案使用emoji表情和#字符）

④ 外层素材跳转：简版原生页，简版原生页内有预约直播按钮，点击可预约直播

⑤ 卡片组件：行动按钮

按钮文案："立即预约"（默认文案，不支持客户自定义修改）

按钮跳转：预约面板

⑥ 数据展示：不支持开启

⑦ 头像昵称及跳转：跳转公众号（开发后续将手动调整为对应视频号个人页面）

⑧ 社交能力：支持第一条评论

注意：不支持明星样式、xx好友可见、转化数据外显

3. 创建广告-推广视频号直播预约

请务必严格按照操作指引自助创建

预约面板与提醒通知

预约面板标题 请输入预约面板标题 0/12

预约面板文案 请输入预约面板文案 0/20

提醒通知时间 2021-01-15 23:59

预约内容 请输入提醒通知中的预约内容 0/32

备注说明 请输入提醒通知中的备注说明 0/30

提醒通知跳转 原生推广页 微信小程序 自定义链接 H5推广页

原生推广页 选择原生推广页

预约面板设置

预约面板标题：可支持自定义设置，不超过12个字

预约面板文案：可随意输入，不超过20个字（开发后台会修改为统一文案"预约成功后，在活动开始前以服务通知的形式，提醒你准时参与活动"）

提醒通知时间：必须等于视频号直播的开播时间（如果不按照直播开播时间设置，系统也只会在视频号直播正式开始时给预约用户发放消息）

预约内容：可随意输入，不超过32个字（实际服务通知会是统一模板，不会包含预约内容，可查看如下demo）

备注说明：：可随意输入，不超过30个字（实际服务通知会是统一模板，不会包含预约内容，可查看如下demo）

提醒通知跳转：可选择自定义链接，链接可随便填写（开发会手动修改为视频号直播间）

4. 开发手动配置广告-推广视频号内容

在自助创建广告完成后，请将以下信息邮件提供给微信广告侧行业运营经理，由微信广告侧开发手动配置广告

需提供的信息包括：

1. 公众号名称；
2. 公众号appid；
3. 代理商名称；
4. 代理商spid；
5. 推广的视频号名称；
6. 推广的视频号对应的微信号；
7. 客户自助创建的广告的cid和aid；
8. 投放广告的类型：推广视频号内容、推广视频号直播、推广视频号直播预约。

5. 广告审核

整体审核要求可参考微信广告素材审核要求：

1. 详细审核规范可参考https://ad.weixin.qq.com/guide/term/627
2. 具体驳回原因可点开广告，在详情中查看；
3. 具体审核沟通时，可在详情页找到推广id，以具体推广id联系行业经理沟通；

6. 优秀案例





故宫视频号全新上线，朋友圈助推快速出圈

- ✓ 故宫博物院首次入驻视频号，朋友圈广告高速引流，引发用户关注；
- ✓ 借助朋友圈广告推广视频号内容全新样式，广告互动点击率远超行业均值；
- ✓ 借助视频号 “ 朋友喜欢 ” 逻辑社交裂变传播，带来巨量曝光溢出，引爆新年社交话题；

123%+

总互动点击率>行业均值

636%+

评论率>行业均值

200w+

广告带来的视频曝光量

附录：广告结案

- 视频号
  - 视频号视频播放
  - 视频号视频点赞
  - 视频号视频评论
  - 视频号关注
  - 视频号视频分享
  - 视频号直播点赞
  - 视频号直播观看
  - 视频号直播评论
  - 视频号直播分享
  - 视频号直播商品点击
  - 视频号直播预约

1.可在投放端直接查看结案报告，但视频号落地页内容暂时不会展示在结案报告中，可先通过自助投放端的数据进行结案；

2.可通过自助投放端查看数据指标：在当前指标基础上增加视频号视频播放、视频号视频点赞、视频号视频评论、视频号关注、视频号直播观看、视频号直播点赞、视频号直播评论、视频号直播分享、视频号商品点击、视频号直播预约（如右侧所示）

附录：注意事项

1、提前卷入审核同学，进行素材预审（建议微信群，方便转发视频号内容）

2、直播广告审核通过后，先操作暂停广告，避免直播开始，在手动修改直播间信息期间，广告播放出去了，后台同学修改直播间信息的同时会顺便开启广告 3、投放中不支持修改广告

4、若广告暂停后将无法重新开启广告

5、投放过程中不能修改头像昵称

6、投放过程中不能设置视频仅自己可见，不能设置为隐私账号，不能删除视频

7、直播预约的时间要晚于直播预约广告开始和结束时间；直播广告开始时间不早于直播开始时间，直播广告结束时 间不晚于直播结束时间；否则可能会导致广告不保量；

03 视频号内容合作变现

视频号互选广告的开售节奏

2021年Q1

项目跑通

结合视频号活动招商，跑通视频号内容合作

- CNY营销：与安慕希、Nike合作两席视频号活动+KOL内容
- KOL拓展及视频号合作经验沉淀

2021年Q2

案例打造

把握营销节点，打造视频号内容合作标杆案例

- 结合4月上海车展，探索汽车行业+视频内容场景营销解决方案
- 结合618电商营销节，探索效果类任务合作空间及收益

2021年H2

行业渗透

完善互选平台能力，进行重点行业客户预算渗透

- 品牌行业（如3C、汽车等）完成预算渗透并输出垂直行业解决方案
- 效果行业（如游戏、本地、教育等）找到与内容贴合的标类合作模式

现阶段内容互选合作流程



广告，也可以是生活的一部分。